

Программа Лояльности для Сети Социальных Аптек «Лаки Фарма»

От дисконта к бонусу





Фармацевтическая сеть г. Краснодар На рынке **с 2006 года.**

Сеть Социальных Аптек «Лаки Фарма» включает **8 аптек.**

Февраль 2013 г. – внедрение бонусной Программы Лояльности (ПЛ) по технологии «Золотая Середина».

Программа внедрена **в партнерстве с Совкомбанком.**



Условия Программы

Начисление:

1. Базовые бонусы – 3-5% от суммы чека;
2. Повышенный бонус пенсионерам – 4-6%;
3. Дополнительные бонусы за активность, в выходные дни;
4. Дополнительные бонусы при проведении акций;
5. Подарочные бонусы ко дню рождения.



Списание:

1. Не более 30% от суммы покупки;
2. Срок списания - через 14 дней после начисления;
3. Метод списания – FIFO.

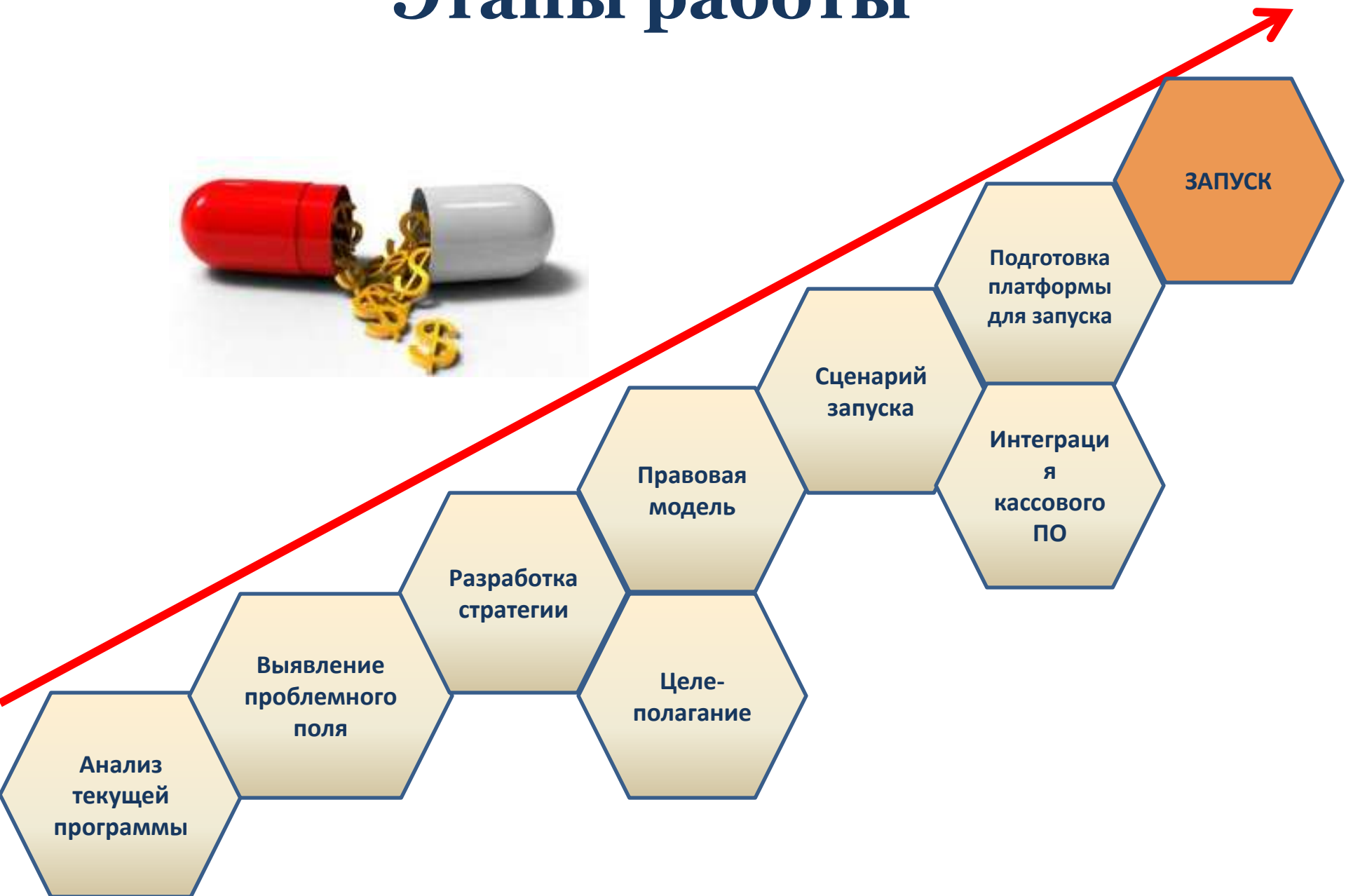
Оповещения:

1. Активация карты;
2. Ежемесячный баланс бонусов;
3. Поздравления с праздниками и днем рождения.

Общее правило Программы:

1 бонус = 1 рубль

Этапы работы



Цели Программы Лояльности

Увеличение
объема продаж

Сокращение
издержек на
Программу

Формирование
единых стандартов
коммуникаций

Увеличение
ценности карты

Увеличение
размера среднего
чека

Снижение оттока
постоянных
клиентов

Изучение портрета
потребителя

1

2

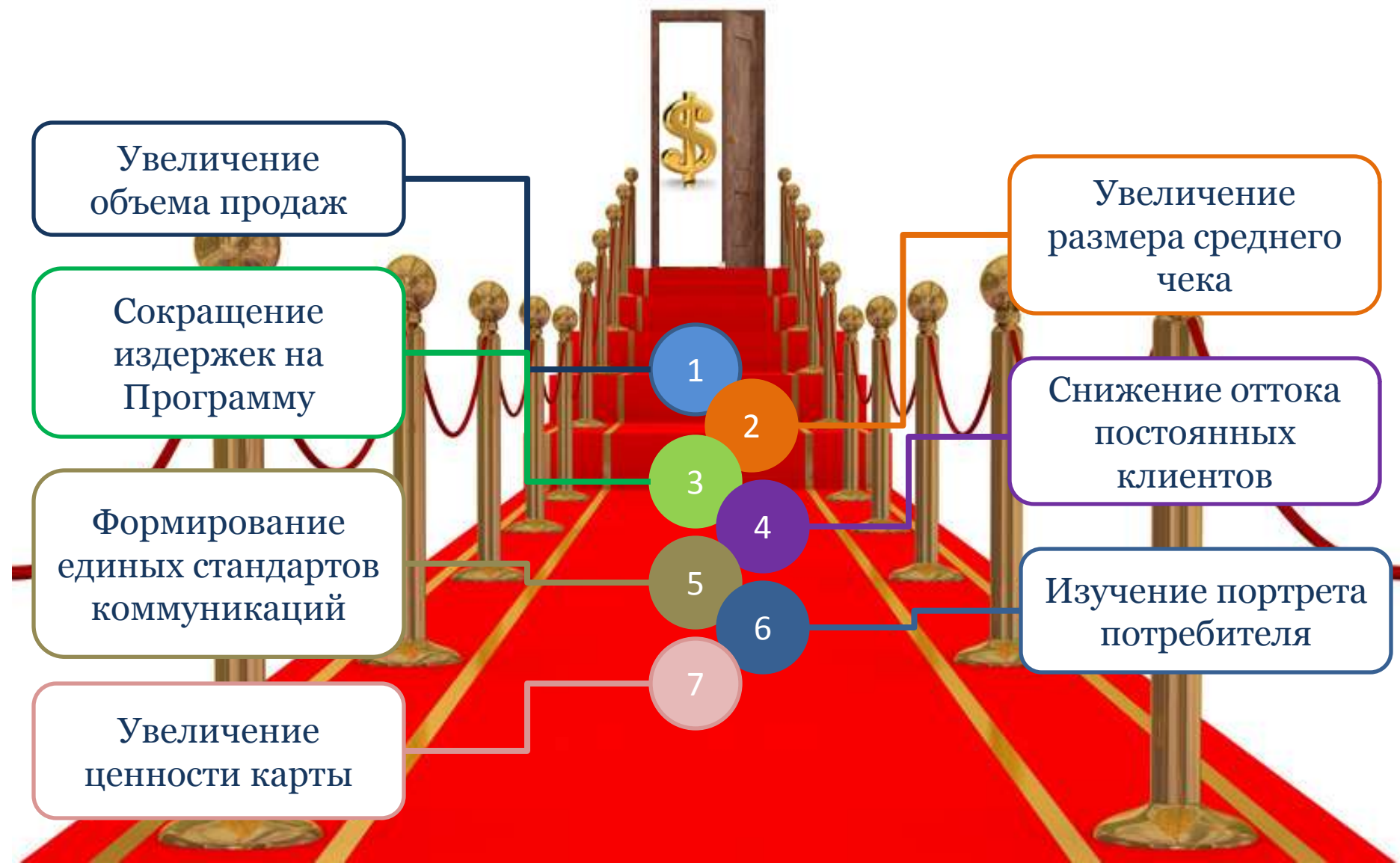
3

4

5

6

7



Бизнес-блоки работ при создании Программы

«Золотая Середина»

1. Разработана механика работы программы: вид и условия поощрения, условия выдачи карты.
2. Разработана документация: концепция программы, экономическая модель, ключевые показатели, инструкция для персонала.
3. Изготовлена полиграфия: карты, буклет и прочие POS.
4. Разработана модель движения средств: структура расходов, факторы дохода.
5. Проведена интеграция между CRM «Золотая Середина» и кассовым ПО «Лаки Фарма» (ЭПОС).

Банк

1. Финансирование разработки и запуска программы лояльности.
2. Финансирование выпуска карт и сопутствующей полиграфии.
3. Предоставление финансовых продуктов держателям карт на специальных условиях.

Лаки Фарма

1. Выданы карты Программы.
2. Размещена информация о Программе в POS-материалах, на сайте и других публичных источниках.
2. Размещен логотип Банка как партнера программы на всех материалах, относящихся к Программе Лояльности.

Экономика: показатели активности (февраль - декабрь 2013)

- ✓ Частота покупок по активным картам увеличилась с 1,72 (февраль) до 2,42 (декабрь).
- ✓ Доля карт, по которым совершены повторные покупки, от общего числа карт, по которым совершены покупки, составила 61,7% (за весь период).
- ✓ Отношение списанных бонусов к общему товарообороту по картам составило 2,36%.
- ✓ Доля «потерянных» клиентов за период работы составила 17,77% (от общего числа карт, совершивших покупки за период) (т.е. клиент не совершал покупку более 6-ти месяцев).

Итоги в цифрах

**Увеличение
среднего чека
в 1,29 раза**

(по сравнению с
размером среднего чека
по аптекам
г. Краснодара)

**Заполненных
анкет:
100%**

95,06% - указали
телефон

15,48 % - указали e-mail

97,12% - указали дату
рождения

100% - указали Ф.И.

92,97% - указали адрес

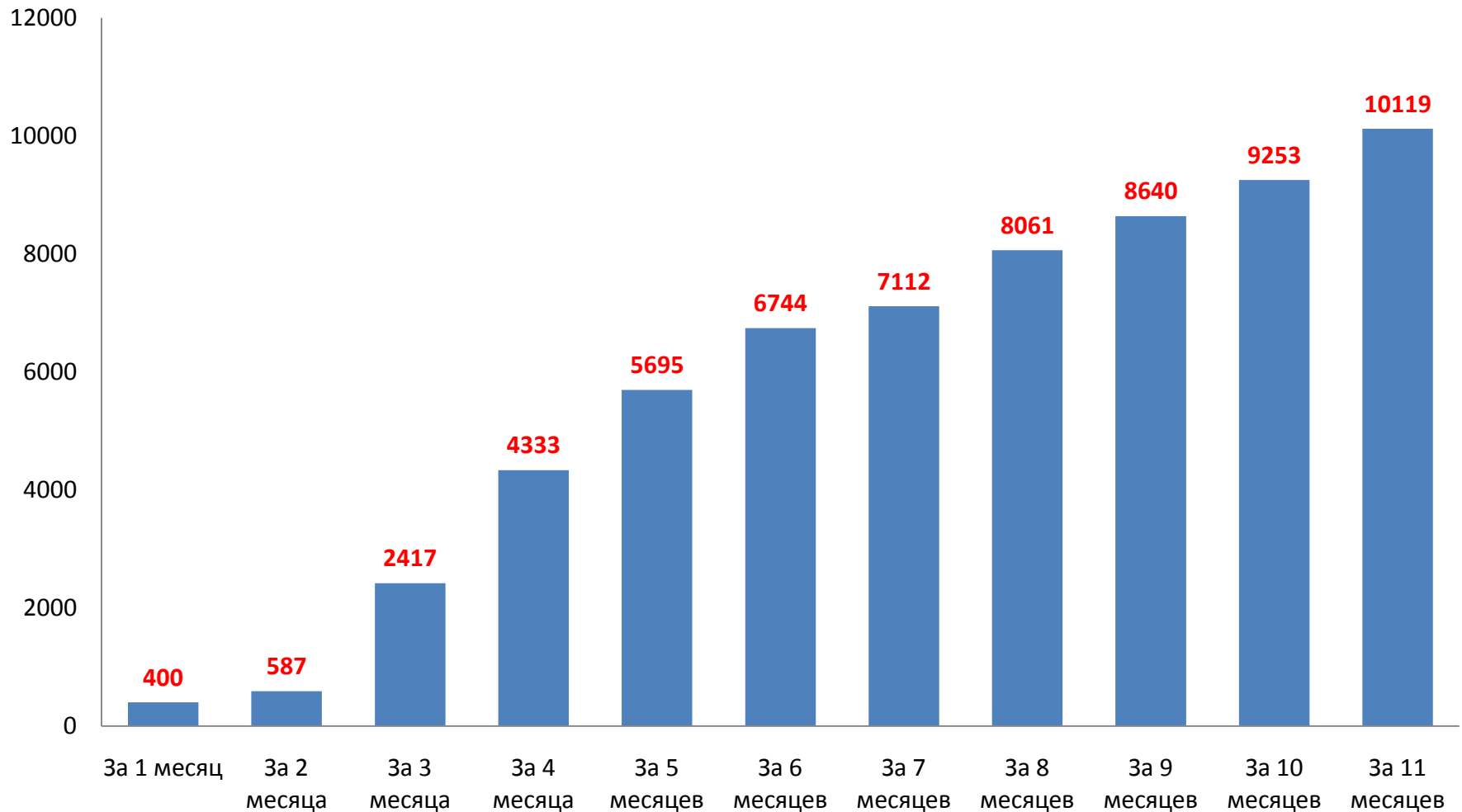
**Сформирован
портрет
потребителя**

**Отношение
списанных
бонусов к
начисленным
бонусам:
57,24%**

**Доля
повторных
покупок от
общего числа
совершенных
покупок:
87,56%**

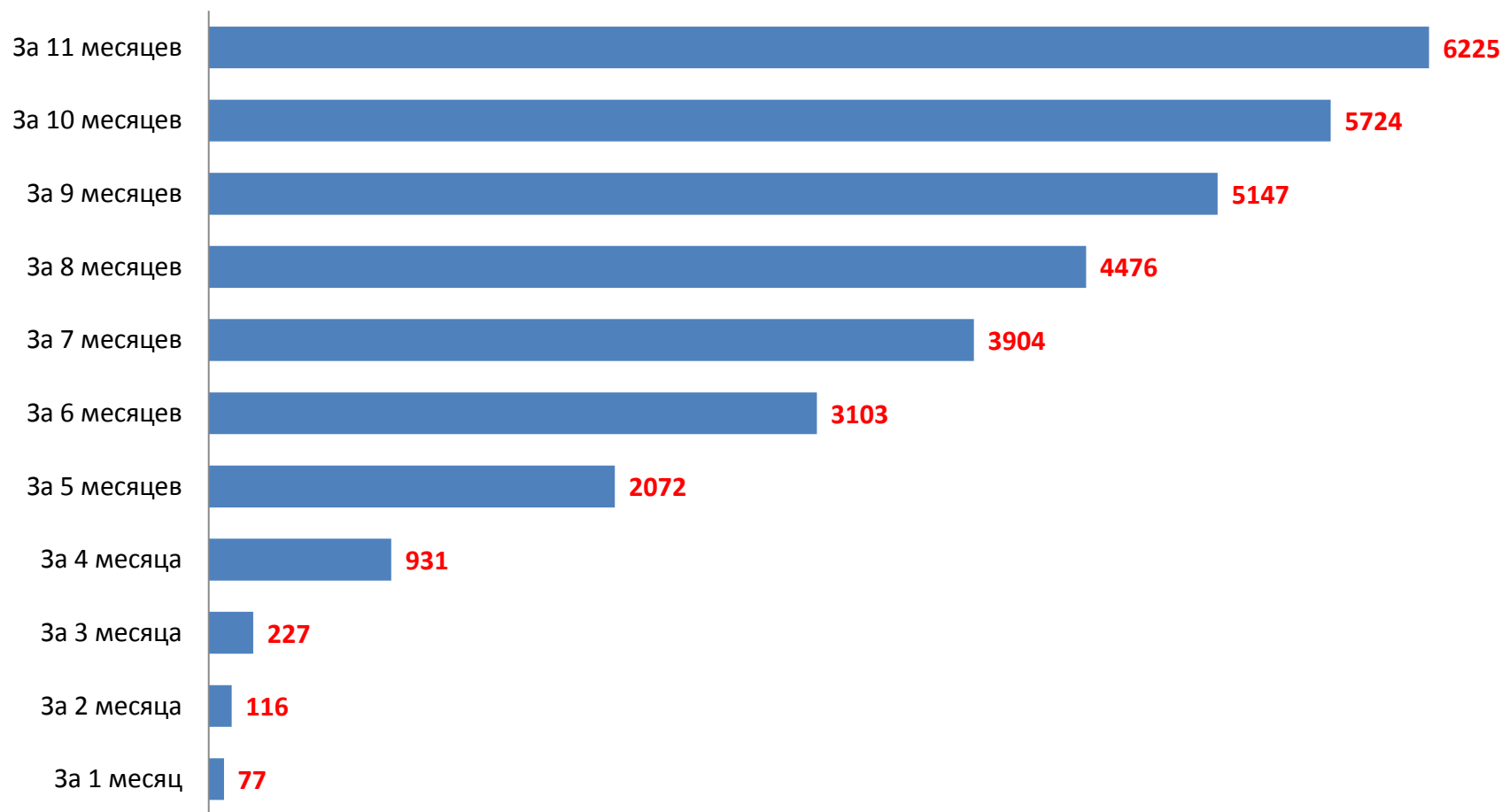
2,71% – удельные
затраты сети по картам
от товарооборота по
картам.

Итоги в цифрах: количество карт, шт.*



*Данные представлены накопительным итогом

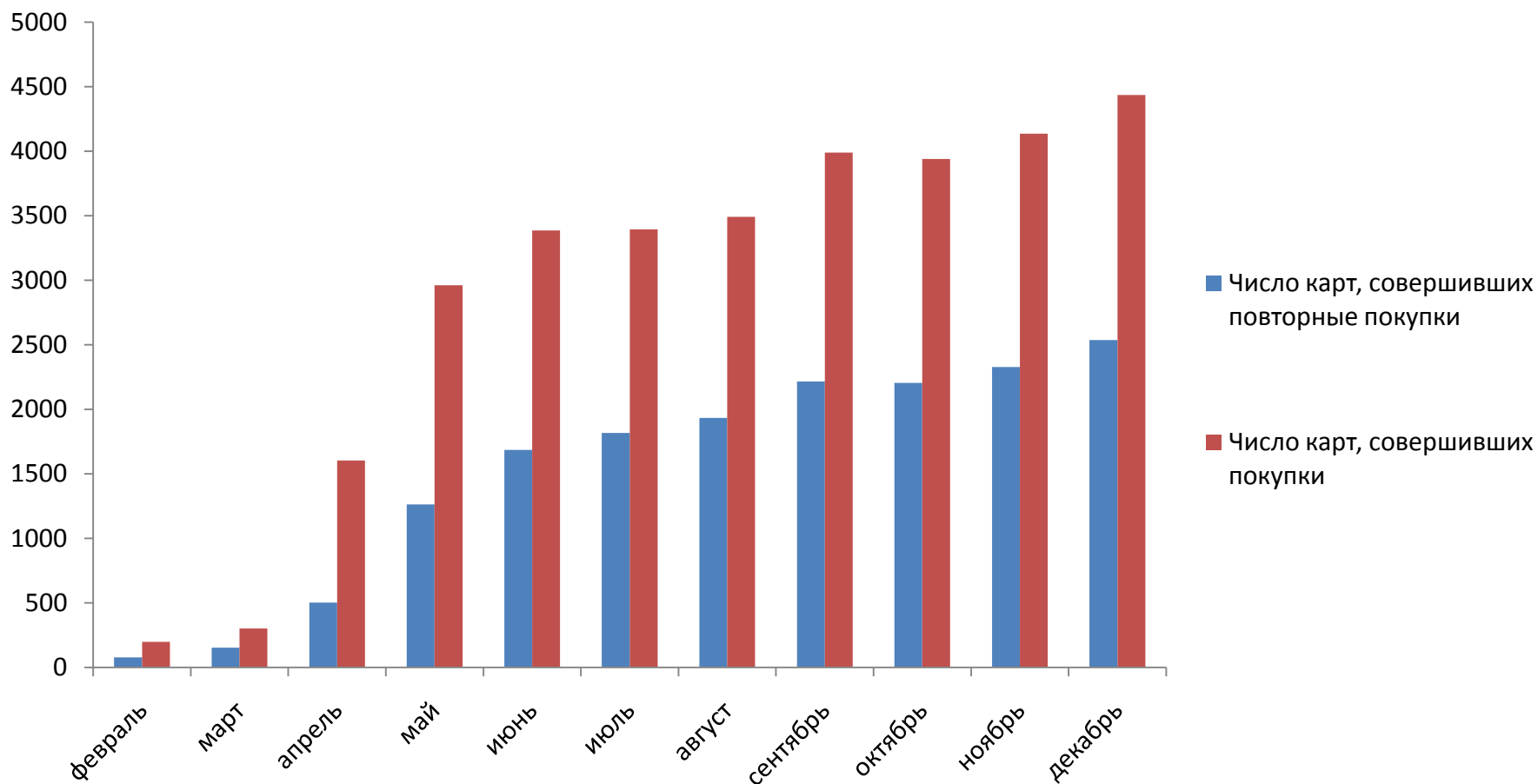
Итоги в цифрах: КОЛИЧЕСТВО АКТИВНЫХ КАРТ*, ШТ.



*Активные карты – карты, совершившие более 1-й покупки за период

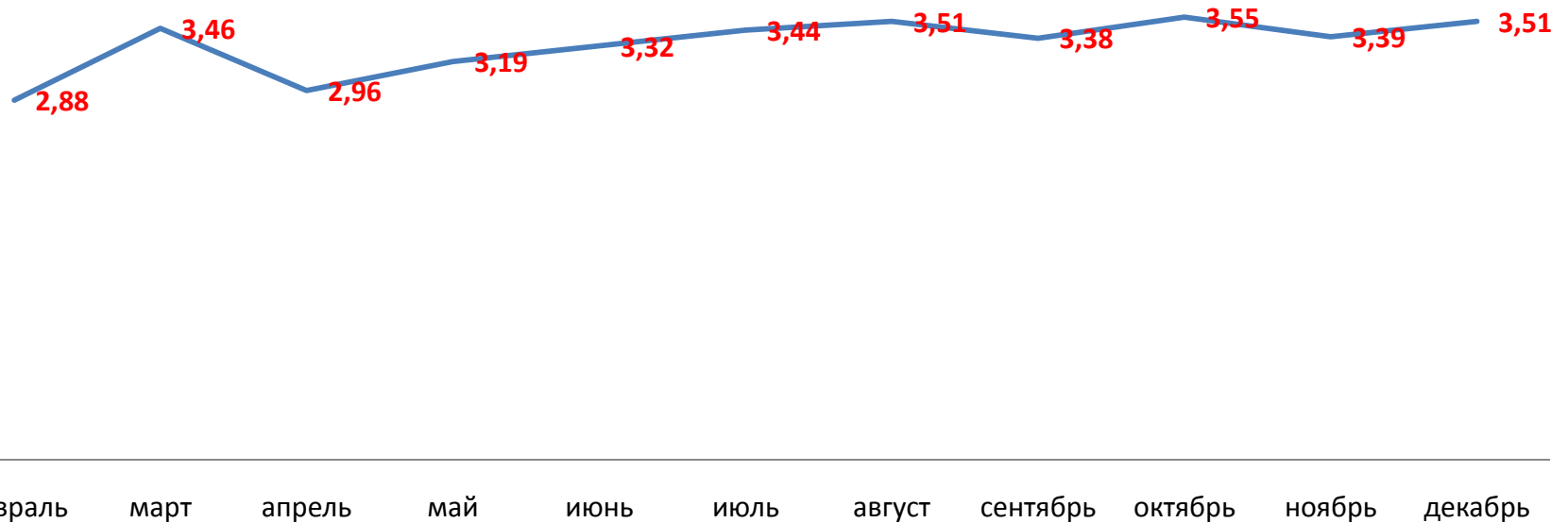
** Данные представлены накопительным итогом

Итоги в цифрах: доля активных карт*



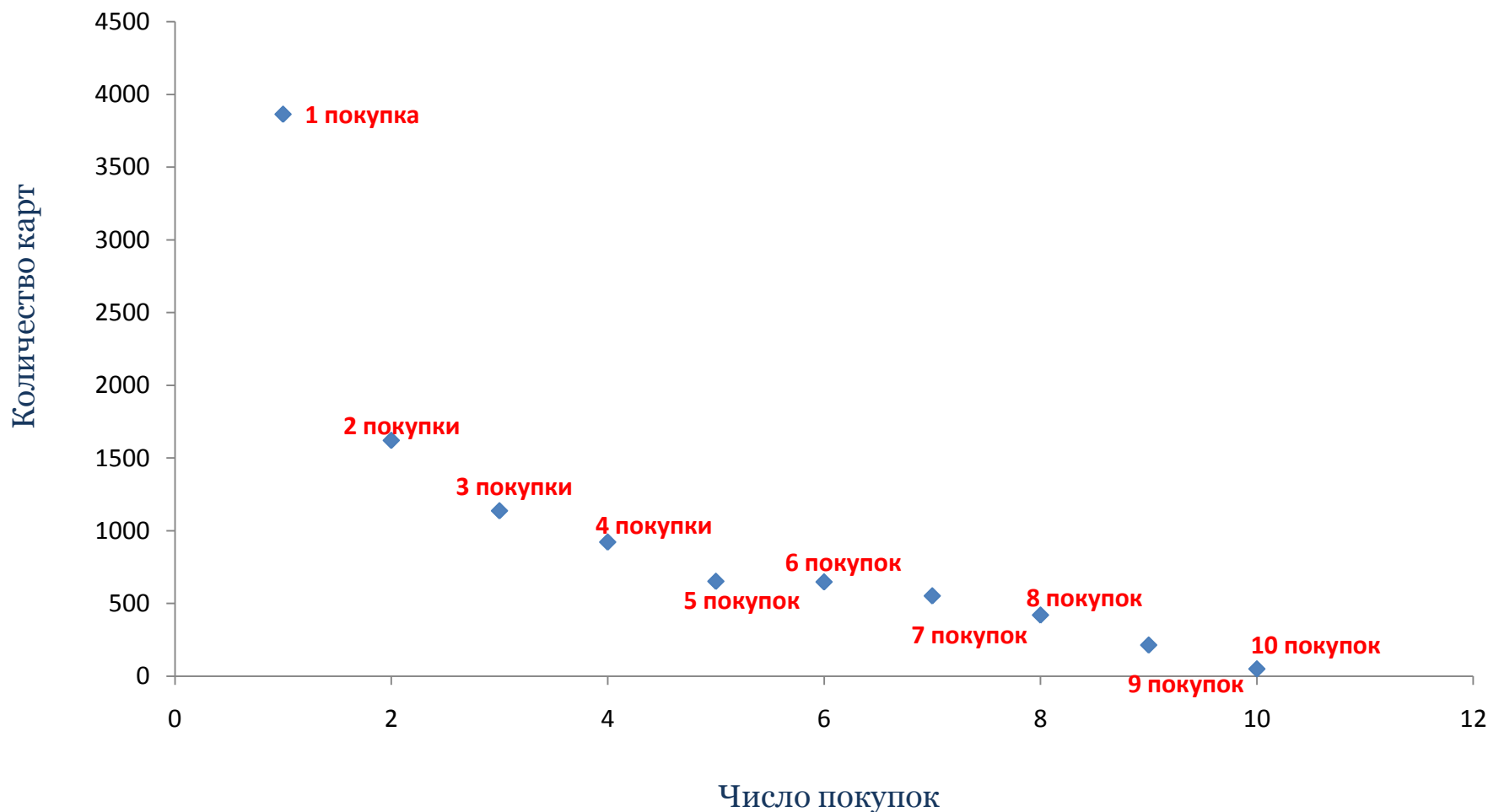
*Соотношение активных карт (т.е. по карте совершено более 1-й покупки) и карт, по которым произошли покупки (в том числе повторные).

Итоги в цифрах: число покупок по активным картам*



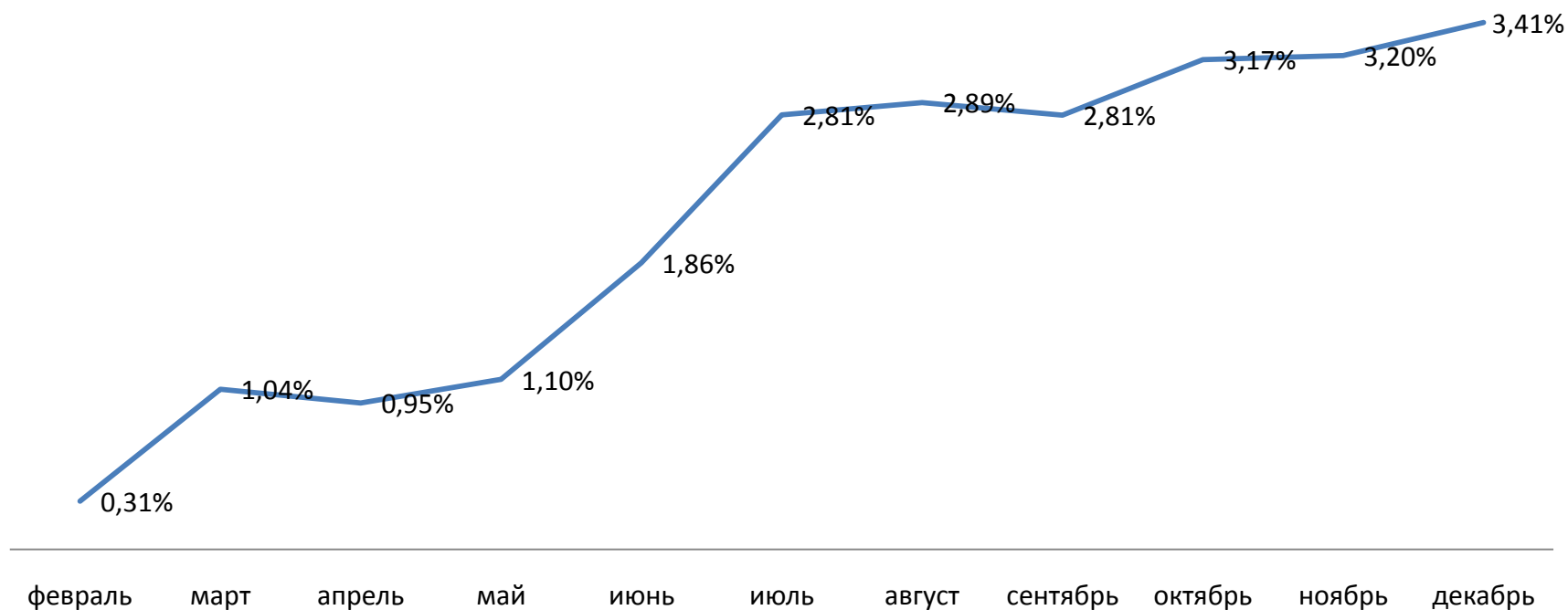
* Число повторных покупок по активным картам, включая покупки в момент выдачи карты (за месяц).

Итоги в цифрах: число покупок по картам*



* Представлено количество покупок по картам (за период: февраль – декабрь 2013).

Итоги в цифрах: удельные затраты*



*Удельные затраты – это расходы сети на списание бонусов к товарообороту по картам (за месяц).

Развитие проекта

- ✓ Проведение регулярного **анализа структуры чека**;
- ✓ проведение регулярного **RFM-анализа** (частота, сумма, давность последней покупки);
- ✓ **работа с «потерянными» клиентами**: коммуникации, начисление приветственных бонусов, работа с рекламациями и т.д.;
- ✓ **работа с поставщиками**: начисление дополнительного бонуса поставщиками.



Полтора года назад, когда мы решили подписать договор с компанией «Золотая Середина» на внедрение бонусной программы, мы не верили, что это принесет тех выгод, которые нам презентовали, но **большая конкуренция в аптечном бизнесе подтолкнула нас** к этому решению.

Опуская сухие цифры, хотелось бы подчеркнуть эмоциональное состояние. Если бы мы пытались запустить подобный процесс самостоятельно, то мы «закрыли» бы его в первые же месяцы, т.к. запуск бонусной программы оказался слишком сложным для персонала, и интеграция ПО выдавала постоянные сюрпризы. Но общими усилиями нам все удалось.

В результате за год работы с компанией «Золотая Середина» **мы получили полноценную и эффективную бонусную программу.**

А теперь к цифрам.

На момент запуска программы у нас **было 7 аптек, сейчас их 12**, но при этом **число касс обслуживания увеличилось вдвое**, т.к. в некоторых аптеках из-за прироста клиентской базы одной кассы для обслуживания оказалось недостаточно.

Владельцы карт стали больше покупать, этот **показатель вырос за год более чем на 40%**. Никогда достижение поставленных целей не было таким быстрым и, в тоже время, спокойным.

Нам приятно работать с грамотными, компетентными и уверенными в себе партнерами.

Бонус – продукт для наших клиентов новый и, как нам казалось, не совсем понятный. Но то, что мы получили за год, свидетельствует о другом - мы не потеряли клиентов, меняя их дисконтные карты на бонусные, а клиенты с удовольствием вовлеклись в накопление бонусов.

Майданова Елена Андреевна, директор сети социальных аптек «Лаки Фарма»

Хотите узнать подробнее?

KSL@seredina.ru

8 (383) 274-93-93

8 (495) 632-74-57

8 (800) 200-35-03

seredina.biz – о разработках и авторских технологиях «Золотая Середина»

seredina.ru – о коалиции «Золотая Середина»